



Gaya Komunikasi Dakwah Nahi Munkar: Studi Netnografi Pada Akun Instagram @wajdi_azim

Kamila Rakhmawati¹, Pipir Romadi²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail Korespondensi: 12340420491@students.uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Dakwah dalam konteks nahi munkar di media sosial yang dilakukan seorang ustadz bisa memantik kontroversi dengan *mad'u* atau pengguna yang gagal memahami esensi dakwah. Penelitian ini berupaya mengungkap fenomena tersebut untuk dianalisis secara teoretis, khususnya gaya komunikasi yang digunakan oleh penyampai pesan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi netnografi dan metode kepustakaan (*library reaserch*) terhadap akun Instagram Ustadz Wajdi Azim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ustadz dalam menyampaikan pesan dakwah nahi munkar, menggunakan gaya komunikasi pengendali dan gaya komunikasi analisis, yang berdasarkan pada empat teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Carl Jung (1921). Temuan penelitian lebih fokus pada gaya komunikasi bukan pada tindakan benar tidaknya perilaku ustadz tersebut. Kata kunci: **gaya komunikasi, komunikasi dakwah, dakwah nahi munkar, pesan dakwah, media sosial**

ABSTRACT

Da'wah in the context of nahi munkar (forbidding evil) on social media conducted by a preacher can spark controversy with the audience (mad'u) or users who fail to understand the essence of da'wah. This research seeks to reveal this phenomenon for theoretical analysis, particularly the communication style used by the message deliverer. The research employed a qualitative method with a netnographic study approach and library research on the Instagram account of Ustadz Wajdi Azim. The results showed that Ustadz, in conveying da'wah messages of nahi munkar, uses a controlling communication style and an analytical communication style, based on the four communication style theories proposed by Carl Jung (1921). The research findings focus more on communication style rather than on the rightness or wrongness of the preacher's behavior.

Keywords: *communication style, da'wah communication, nahi munkar preaching, da'wah message, social media*

A. Pendahuluan

Dalam menyampaikan pesan dakwah setiap orang pasti memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda yang tentunya unik dan menarik.¹ Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh kondisi dan suasana hati seorang komunikator sehingga terciptalah gaya komunikasi yang berbeda-beda dari setiap individu.² Gaya komunikasi adalah perilaku komunikasi yang dilakukan seseorang dalam menyampaikan suatu pesan untuk mendapatkan feedback dari orang lain yang terlibat dalam komunikasi. Gaya komunikasi dipengaruhi oleh situasi yang dihadapi, bukan pada tipe seseorang.³ Dengan gaya komunikasi yang baik dan efektif maka akan menghasilkan perubahan sikap pada seseorang yang terlibat dalam komunikasi atau dalam kegiatan dakwah dan juga untuk memudahkan penerima pesan dalam proses memahami pesan yang disampaikan.⁴

Dakwah termasuk dalam tindakan komunikasi, akan tetapi tidak semua aktifitas komunikasi adalah dakwah.⁵ Dinamika dakwah dalam islam, baik itu dakwah sebagai aktifitas maupun sebagai disiplin ilmu tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi komunikasi⁶ yang menjadi salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh da'i di zaman ini. Teknologi dapat membawa pengaruh positif dengan menjadi media dakwah (wasilah) yang menunjang keefisienan dan efektivitas dalam penyampaian materi dakwah seperti media sosial berupa instagram, youtube, tiktok, dan lain-lain. Media sosial merupakan platform online yang menjadi sarana untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan menghubungkan satu sama lain dengan komponen terpenting dari platform online yaitu internet.⁷ Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi juga dapat membawa pengaruh negatif dalam kegiatan dakwah seperti tersebarnya ajaran islam yang tidak sesuai

¹ Marzuki "Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad," (2021) .

² Monica Indriya Pramesti, "Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah," *Hikmah* 17, no. 1 (June 30, 2023): 99-116, <https://doi.org/10.24952/hik.v17i1.6825>. hal 101.

³ Muhd Al Haddad Winata, "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Instagram (Igtv)," (2020).

⁴ Muhammad Rasyid Ardiansyah "Gaya Komunikasi Dakwah Mamah Dede Pada Program Mamah Dan Aa' Di Indosiar," (2019) .

⁵ Khairul Amal, "Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A. Fillah," *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyahan (JASIKA)* 1, no. 2 (September 30, 2021): 116, <https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.9>.

⁶ Muhammad Rasyid Ardiansyah "Gaya Komunikasi Dakwah Mamah Dede Pada Program Mamah Dan Aa' Di Indosiar," (2019).

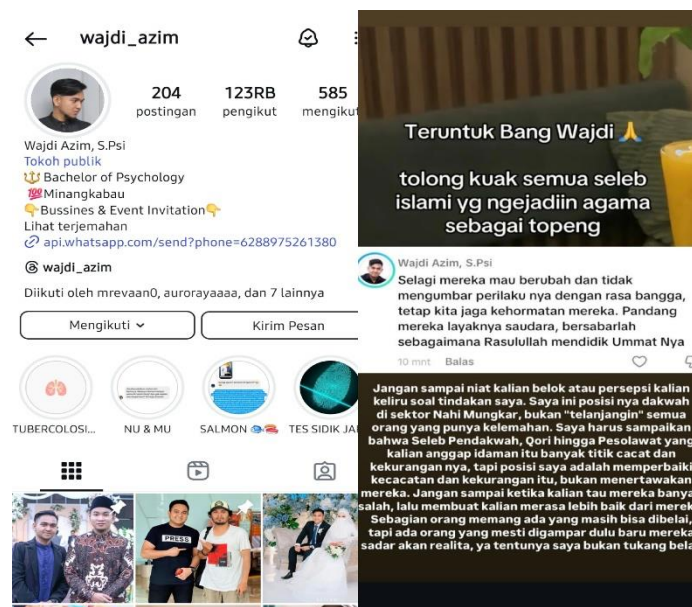
⁷ Azis Iskandar and Mulkan Habibi, "Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @Husein_Hadar)," 2023.

dengan al-Qur'an dan hadist atau informasi palsu (*hoax*), kesalahpahaman dalam memahami materi dakwah, dan pengaruh-pengaruh negatif lainnya.

Salah satu pendakwah yang memiliki gaya komunikasi yang berbeda dari da'i pada umumnya adalah ustadz Wajdi Azim yang aktif berdakwah di media sosial salah satunya adalah pada akun instagram @wajdi_azim. Ustadz Wajdi Azim merupakan seorang sarjana psikologi yang berdarah minang. Dakwah Wajdi Azim sering dikatakan sebagai dakwah di segmen nahi mungkar, yang mengemas dakwah dengan unik, yakni mengkritisi fenomena-fenomena atau isu yang bersifat kemungkaran atau menyimpang dari syari'at islam melalui sudut pandang yang logis dan sangat rasionalis.

Namun karena penyampaian pesan atau meterinya melalui cara penyampaian dengan kalimat-kalimat yang tegas dan juga dalam bentuk kritikan, hal tersebut sering kali menimbulkan kontroversi (pro dan kontra) dikalangan pengguna instagram.⁸ Dengan latar belakang yang dimiliki oleh Wajdi Azim membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai gaya komunikasi seperti apa yang digunakan oleh ustadz Wajdi Azim dalam berdakwah di akun instagram @wajdi_azim.

Gambar 1 Tangkapan Layar Obyek Penelitian



sumber: instagram story akun @wajdi_azim

⁸Wirda Ruwaida, "Strategi Dakwah Nahi Mungkar Wajdi Azim Dalam Mengelola Akun Instagram @wajdi_azim," (2023).

Beberapa penelitian terdahulu sebagai sumber informasi yang dianggap relevan dengan topik penelitian ini diantaranya, *pertama* penelitian yang dilakukan oleh saudari Wirda Ruwaida seorang mahasiswi jurusan komunikasi penyiaran islam fakultas agama islam universitas muhammadiyah Yogyakarta dengan judul "Strategi Dakwah Nahi Mungkar Wajdi Azim Dalam Mengelola Akun Instagram @wajdi_azim" pada tahun 2023. Hasil dari penelitian tersebut bahwasannya ustadz Wajdi Azim sebagai seorang da'i nahi mungkar menggunakan strategi tilawah dan juga strategi tazkiyah, selain itu ditemukan juga hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh Wajdi Azim adalah seperti mad'u yang gagal memahami maksud dari materi yang disampaikan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Al-Haddad Winata judul "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Instagram (IGTV)" pada tahun 2020. Penelitian tersebut menyatakan bahwa ustadz Hanan Attaki menggunakan gaya komunikasi assertive serta suara yang lemah lembut dalam penyampaian materi dakwahnya sehingga mudah dipahami dan diterima oleh audien.

Ketiga, penelitian dari Khairul Amal mahasiswa fakultas agama ilam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul "Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A Fillah" pada tahun 2021. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa dalam berdakwah, Ustadz Salim A Fillah menggunakan strategi membangun kredibilitas, daya tarik dan kekuatan. Melalui penyampaian pesan yang mengandung hikmah, membangkitkan semangat juang, dibalut dengan diksi-diksi sastra dan juga diksi yang bersifat humoris. Serta memanfaatkan fungsi media dengan baik sebagai sarana menyampaikan pesan dakwah, dengan memahami dan menyesuaikan obyek dakwah.

Adapun penelitian ini fokus pada pembahasan mengenai gaya komunikasi dakwah nahi munkar seorang da'i dalam berdakwah yang mana, fokus subjeknya adalah kepada ustadz Wajdi Azim, seorang da'i yang berdakwah di salah satu media sosial yakni instagram dalam akun @wajdi_azim. Pemilihan Ustadz Wajdi Azim sebagai subjek dalam penelitian dikarenakan dakwah yang dibawa oleh beliau cukup berbeda dari da'i lainnya dalam hal gaya yang cencerung kerang. Hal tersebut menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian lainnya.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya bertujuan menganalisis gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Ustadz Wajdi Azim dalam

menyampaikan materi dakwah nahi munkar. Analisis dilandasi dengan teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Carl Jung (1921) dalam buku komunikasi interpersonal karya Alo Liliweri. Selain itu artikel ini juga akan membahas mengenai respon (pro dan kontra) para pengguna instagram (*mad'u*) yang mengkonsumsi dakwah nahi munkar Ustadz Wajdi Azim.

B. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan pendekatan netnografi dan kepustakaan (*library research*). Netnografi adalah suatu metode untuk melakukan penelitian antropologi melalui internet, menggunakan informasi yang tersedia secara publik di mana semua orang bebas berbagi melalui media sosial.⁹ Menurut Robert V Kozinets dalam bukunya yang berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* menyatakan bahwa netnografi adalah studi yang berfokus pada pemahaman ruang siber yang di dalamnya terdapat interaksi orang-orang antara satu dengan lainnya dan interaksi tersebut mampu membentuk budaya serta sistem tersendiri. Oleh karena itu, metode risetnya berbasis observasional dimana peneliti akan bergabung dalam suatu komunitas virtual. Penelitian ini menggunakan media sosial berupa aplikasi instagram sebagai lapangan atau *field research*¹⁰ dan tepatnya pada akun @wajdi_azim.

Etnografi memiliki metode turunan khusus yakni netnografi. Jika etnografi mengkaji lingkungan secara langsung, maka netnografi adalah metode yang mengkaji secara khusus terkait budaya dan komunitas daring. Metode turunan dari etnografi ini tidak hanya disebut netnografi saja, beberapa istilah lainnya seperti etnografi virtual, *cyber anthropology*, *online field research*, dan *webnografi*. Tidak dipungkiri, adanya metode netnografi ini sangat membantu para peneliti diluar sana dalam melakukan penelitian, mengingat perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini tentu sangat efisien jika melakukan penelitian berbasis online. Meskipun metode netnografi efisien dalam penelitian bukan berarti tidak ada

⁹ Umar Suryadi Bakry, "Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional," *Jurnal Global & Strategis* 11, no. 1 (September 28, 2017): 15, <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>. Hal 21

¹⁰ Muntu, Steeve A J, Joanne Pingkan M Tangkudung, and Leviane J H Lotulung. "Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram," 2021.

kelemahan jika menggunakan metode ini, maka metode ini harus digunakan dengan sebaik mungkin.

Dalam netnografi, terdapat tiga cara dalam pengambilan data yaitu data arsip (*archival data*), data elisitasi (*elicited data*), dan catatan lapangan (*fieldnote data*). Dalam hal ini peneliti menggunakan metode pengambilan data arsip yakni data yang sudah ada yang diperoleh melalui komunikasi yang mediasi oleh internet kemudian di *copy* oleh peneliti, dan juga metode *fieldnote data* berupa observasi, interaksi, dan partisipasi terhadap akun instagram @wajdi_azim. Menurut Wolcott (1992) *fieldnote data* dapat berupa tindakan menonton (*watching*), bertanya (*asking*), dan memeriksa (*examining*).¹¹

Library research merupakan pendekatan melalui penelusuran pustaka sebagai langkah awal untuk menyiapkan kerangka penelitian, pendekatan kepastakaan ini digunakan untuk memperoleh informasi penelitian yang sejenis, memperdalam kajian teori, dan juga untuk memperjelas metodologi.¹²

C. Hasil dan Pembahasan

Biografi Ustadz Wajdi Azim

Wajdi Azim lahir dan dibesarkan di Kota Padang Sumatera Barat. Pendidikannya dimulai dari TK Baiturrahim Padang, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 10 Mata Air Padang, setelah lulus SD beliau melanjutkan bersekolah di SMP Negeri 17 Padang, lalu ke SMK Negeri 2 Padang dengan jurusan Teknik Komputer dan Jaringan, setelah itu melanjutkan kejenjang yang lebih tinggi yaitu pendidikan Strata 1 program studi Psikologi di Universitas Putra Indonesia YPTK Padang. Istri beliau bernama Anggun Lavera Nasir, seorang guru tahsin Al-Qur'an dan privat Bahasa Arab.

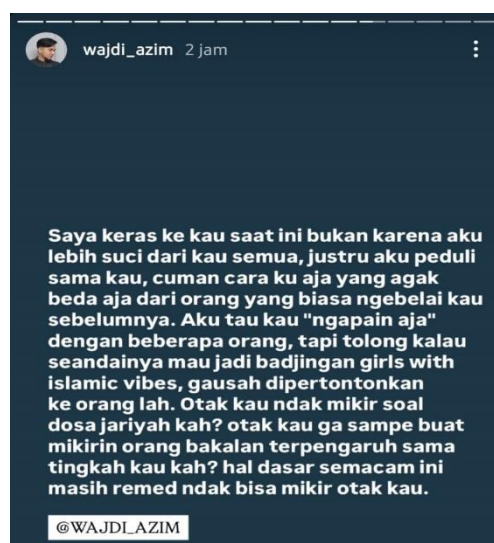
Awal mula Wajdi Azim memutuskan untuk memulai dakwah nahi munkar karena merasa gelisah melihat perilaku menyimpang dari anak-anak muda di platform media sosial yang mengikuti trend yang tidak seharusnya diikuti. Dari situ ia memulai dakwahnya pada awal tahun 2017 dan mulai fokus menjadi konten kreator di media sosial pada tahun 2018. Berawal dari perbincangan Ustadz Wajdi Azim dengan Ustadz Hawariyyun ketika bertemu di padang, yang mengarah

¹¹ Bakry, "Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional."

¹² Mestika Zed, *Metode penelitian kepastakaan*, Ed. 2 (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008). Hal 1

kepada upaya untuk mengidentifikasi fenomena-fenomena yang menyimpang dan juga berdampak negatif. Hingga muncul konten pertama yang membahas masalah pacaran dan maraknya perzinahan.¹³ Dalam menyampaikan materi dakwahnya, Ustadz Wajdi Azim memiliki gaya unik yang menjadi ciri khasnya, alih-alih berdakwah dengan bahasa yang sopan dan lemah lembut, beliau mengemas materi dakwahnya menggunakan kritikan terhadap isu-isu atau fenomena penyimpangan yang ada, dengan logat bahasa yang tegas dan juga logis.

Gambar 2 Tangkapan Layar *Instagram Story* Akun @wajdi_azim



Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

1. Gaya Komunikasi Dakwah Nahi Munkar

Gaya komunikasi dan dakwah nahi munkar merupakan dua aspek yang berbeda, yakni dari kata gaya komunikasi dan dakwah nahi munkar yang kemudian diintegrasikan agar menjadi suatu pokok pembahasan. Secara umum, gaya komunikasi adalah bagaimana cara kita berperilaku ketika sedang menyampaikan atau menerima pesan. Konsep gaya yang juga merujuk kepada bagaimana cara kita berkomunikasi. Gudykunts dan Ting-Toomey dalam buku Komunikasi Antarpersonal karya Alo Liliweri, gaya komunikasi ini menjelaskan bahwa seseorang berkomunikasi, tidak lain tujuannya adalah untuk merefleksikan identitas dirinya, hal tersebutlah yang kemudian dapat mempengaruhi persepsi

¹³ Wirda Ruawida "Strategi Dakwah Nahi Munkar Wajdi Azim Dalam Mengelola Akun Instagram @wajdi_azim." (2023)

orang lain terhadap identitas diri tersebut.¹⁴ Dalam islam, komunikasi haruslah dilandasi dengan prinsip-prinsip islam yang membawa kedamaian, keramahan, dan keselamatan. Maksudnya adalah berkomunikasi dengan menggunakan prinsip-prinsip Islam yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan juga Hadits yang merupakan sumber dari ajaran-ajaran umat Islam dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Sehingga dari komunikasi yang dilakukan kita akan mendapatkan kedamaian juga ketenangan jiwa.¹⁵

Dakwah merupakan segala bentuk upaya yang dilakukan untuk memperbaiki atau merubah keadaan suatu masyarakat yang masih buruk (jahiliyah) menuju ke kehidupan yang lebih baik (islami) dengan menyampaikan ajaran-ajaran dan syaria'at Islam.¹⁶ Di dalam buku Ilmu Dakwah karya Moh. Ali Aziz dijelaskan, nahi munkar merupakan salah satu istilah yang memiliki keserupaan makna dengan kata dakwah. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan dakwah nahi munkar adalah dakwah yang berfokus pada pencegahan, melarang ataupun memperingatkan terhadap perbuatan yang dilarang (munkar) yang terjadi dilingkungan masyarakat.¹⁷

Proses seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan atau informasi kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya dan informasi atau pesan tersebut bersumber dari Al-Qur'an dan hadits dengan penyampaian secara verbal maupun non verbal, lisan ataupun media lainnya, yang bertujuan untuk menubah sikap dan perilaku orang lain menjadi lebih baik sesuai ajaran Islam¹⁸ merupakan definisi komunikasi dakwah itu sendiri. Maka gaya komunikasi dakwah nahi munkar adalah bagaimana cara berperilaku ketika menyampaikan pesan dakwah yang berfokus pada pencegahan perbuatan yang tidak sesuai syari'at islam baik kepada orang-orang Islam maupun kepada non-muslim.¹⁹

Dalam berdakwah para da'i tentunya mempunyai gaya komunikasinya masing-masing, yang mana gaya komunikasi tersebut disesuaikan dengan kondisi

¹⁴ Alo Liliweri, *Komunikasi antarpersonal*, Ed. 1 (Jakarta: Kencana, 2015).

¹⁵ Maghfira Septi Arindita et al., "Prinsip Dasar Ilmu Komunikasi Islam," *Religion : Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 1, no. 5 (September 26, 2022): 13, <https://doi.org/10.55606/religion.v1i5.17>.

¹⁶ Bubuh Syihabudin and Ajeng Nurbaeti Rahman, "Strategi Dakwah Digital: Meningkatkan Misi Dakwah dan Amar Ma'ruf Nahi Munkar Melalui Media Sosial" 1 (2023).

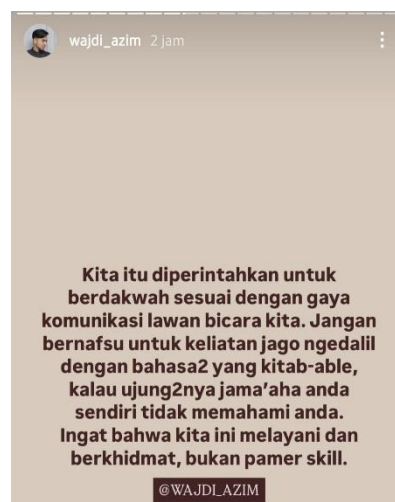
¹⁷ H. Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004).

¹⁸ Wahyu Ilaihi and Andriyani Kamsyah, *Komunikasi dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).

¹⁹ Muhamad, Muhamad. 2023. "Refleksi Penafsiran Ayat-Ayat Dakwah Thomas McElwain". *Ad-DA'WAH* 21 (1):12-25. <https://doi.org/10.59109/addawah.v21i1.37>.

dan kebutuhan *mad'u*,²⁰ gaya komunikasi juga sering kali menjadi branding atau ciri khas bagi seorang da'i, sebagaimana ustadz Wajdi Azim yang mempunyai gaya komunikasi dakwah unik, karena sejatinya ciri khas dakwah yang dimiliki tujuannya untuk meningkatkan keimanan dan ketaqaaan kepada Allah SWT.²¹ Adapun keunikan dakwah Wajdi Azim adalah menggunakan bahasa mudah dipahami meskipun terkadang menggunakan istilah-istilah ilmiah, karena beliau menyesuaikan terhadap kebutuhan dan kapasitas para *mad'u* atau followers di akun instagramnya. Selain itu, yang unik dari Wajdi Azim adalah nada bicaranya yang tegas dan cara menyampaikan pesan dakwah melalui kritikan.

Gambar 3 Tangkapan Layar dari *Instagram Story* Lain Akun @wajdi_azim



Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

Berdasarkan keterangan pada gambar diatas dalam berdakwah seorang da'i harus memiliki kemampuan dan pemahan di bidang komunikasi. Seorang da'i yang bijaksana adalah orang yang dapat mempelajari realitas, situasi masyarakat, dan kepercayaan mereka serta menempatkan mereka pada tempatnya masing-

²⁰ Mawardi Siregar, Muhammad Mukhlis, and Nuriah Nuriah, "Gaya Komunikasi Islami Pimpinan Dalam Menarik Minat Masyarakat Menyekolahkan Anak Ke Dayah Misbahur Rasyad Aceh Tamiang," *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam* 13, no. 2 (April 29, 2022): 450, <https://doi.org/10.30739/darussalam.v13i2.1439>.

²¹ La Adi, "Konsep Dakwah Dalam Islam," no. 3 (2022): 1.

masing. Kemudian ia mengajak mereka berdasarkan kemampuan akal, pemahaman, tabiat, tingkatan keilmuan dan status sosial mereka.²²

Maka berikut ini akan kita kaji dan analisis gaya komunikasi apa yang digunakan oleh ustadz Wajdi Azim dalam menyampaikan materi dakwah. Berdasarkan analisis peneliti terkait teori gaya komunikasi yang sesuai dengan gaya komunikasi Wajdi Azim, terdapat teori yang dikemukakan oleh Carl Jung (1921) dalam buku yang berjudul komunikasi antar personal karya Alo Liliweri (2015), sesuai dengan kepribadian seseorang yang cenderung berorientasi pada tugas dibandingkan orientasi pada relasinya terhadap orang lain, terdapat empat teori gaya komunikasi, yaitu gaya pengendali, gaya analisis, gaya sosial, dan gaya kolaborator. Penelitian ini akan mengkaji mengenai dua teori yang relevan dengan gaya komunikasi dakwah nahi munkar Wajdi Azim yaitu gaya pengendali (*controller style*) dan gaya analisis (*analyzer style*).

1. Gaya Pengendali (*controller style*)

Gaya pengendali yaitu gaya seseorang yang dapat mengendalikan dirinya sendiri, orang lain, serta situasi dan selalu berorientasi pada tugas. Individu dengan gaya pengendali, akan fokus terhadap tujuan akhir dari apa yang ingin dicapai dalam tugas tersebut, serta memiliki perhatian lebih terhadap sesuatu yang dianggap urgent, dia juga dapat mengendalikan volume suara dan membatasi ekspresi emosinya. Teori ini sangat cocok dengan gaya komunikasi dakwah nahi munkar Wajdi Azim, yang mana beliau selalu dapat mengendalikan dirinya, orang lain dan juga mengendalikan situasi, serta orientasinya terhadap tujuan dakwah nahi munkar yang sangat kuat. Hal tersebut dapat kita lihat melalui gambar 4 di halaman selanjutnya.

²² Azhar Azhar, "Komunikasi Antarpribadi: Suatu Kajian dalam Perspektif Komunikasi Islam," *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan* 8, no. 1 (April 22, 2018): 85, <https://doi.org/10.32505/hikmah.v8i1.400>.

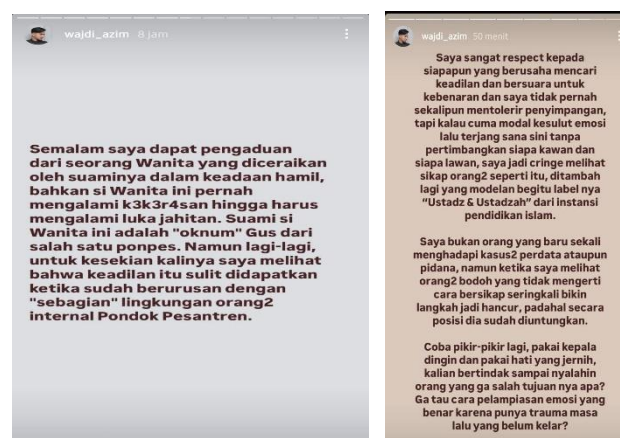
Gambar 4 Tangkapan Layar *Instagram Story* Akun @wajdi_azim



Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

Karena kemampuan berkomunikasi dengan gaya pengendali, sering kali followers (*mad'u*) mengadukan permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi kepada Wajdi Azim, supaya masalah tersebut dapat beliau kritisi di ruang publik. Namun, karena beliau pun memiliki pengendalian diri, maka beliau tidak serta merta menguak permasalahan yang terjadi ke ruang publik, kecuali permasalahan tersebut menyangkut kemaslahatan umat islam, dan masalah-masalah kemaksiatan yang sudah melampaui batas.

Gambar 5 Tangkapan Layar dari *Instagram Story* Lain Akun @wajdi_azim

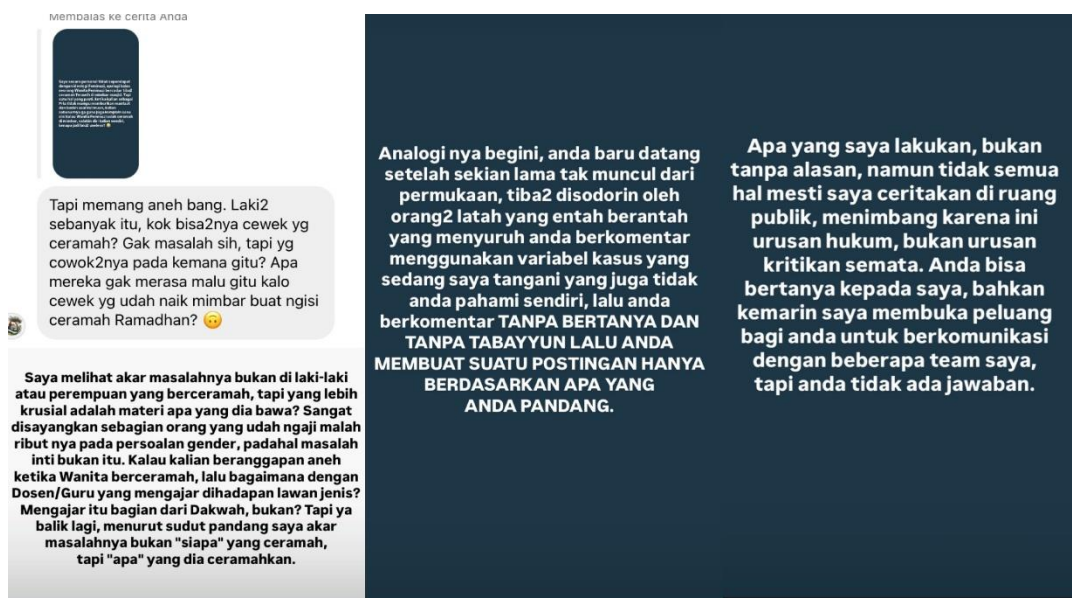


Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

2. Gaya Analisis (*analyzer style*)

Gaya analisis hanya dapat digunakan oleh individu yang sangat berorientasi pada hal-hal yang sangat terperinci, individu yang merupakan seorang pemikir handal dengan menggunakan logika dalam menganalisis seseorang atau situasi. Individu yang menggunakan gaya analisis merupakan seorang pekerja yang baik, selalu berusaha menemukan solusi dan membuat keputusan sebelum bertindak. Memiliki kehati-hatian yang tinggi, bersuara lembut, kontak mata dan ekspresi wajah terbatas. Teori ini juga sangat relevan dengan gaya komunikasi Wajdi Azim. Dalam dakwah nahi munkar beliau mengemas materi dalam kritikan, yang mana kritikan tersebut berlandaskan oleh analisis dan logika, sehingga beliau selalu dapat menemukan solusi dari penyimpangan syari'at yang terjadi. Akan tetapi ada juga poin dari teori ini yang tidak sesuai dengan gaya komunikasi ustadz Wajdi Azim, yakni poin bersuara lembut, kontak mata dan ekspresi yang terbatas. Mengingat cara beliau menyampaikan dakwah dengan logat bahasa dan ekspresi yang tegas.

Gambar 6 Tangkapan Layar dari *Instagram Story* Lain Akun @wajdi_azim



Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

Dengan gaya analisis yang digunakan oleh ustadz Wajdi Azim, membuat para mad'u dapat melihat perspektif yang berbeda terhadap permasalahan yang terjadi, dapat dikatakan dakwah nahi munkar ustadz Wajdi Azim ini *open minded*, sehingga

bagi *mad'u* yang pemikirannya luas akan dapat mencerna esensi pesan dakwah tersebut.

Gambar 7 Tangkapan Layar dari *Instagram Story* Lain Akun @wajdi_azim



Sumber: *instagram story* akun @wajdi_azim

2. Pro dan Kontra *Mad'u* (Pengguna Instagram)

Persepsi yang dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman setiap orang yang tentunya berbeda-beda. Terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi seseorang. Faktor internalnya yaitu hal-hal seperti perasaan, karakter, prasangka, harapan, dan lain sebagainya. Kemudian faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah hal-hal semacam latar belakang kekeluargaan, sumber informasi, hal-hal yang baru dan familiar atau ketika ingin pada suatu objek, dan lain sebagainya.²³

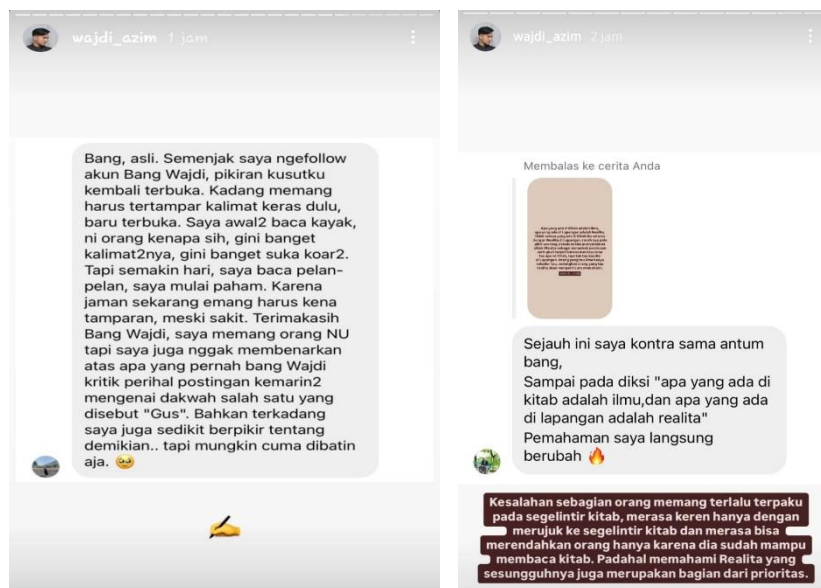
Perbedaan persepsi tentu akan menuai kontroversi (pro dan kontra) dikalangan para *mad'u* yang melihat gaya komunikasi dakwah Wajdi Azim. *Mad'u* yang pro dengan gaya komunikasi dakwah nahi munkar ini, dianggap berhasil memahami maksud dari Wajdi Azim yang sedang berdakwah disektor nahi munkar, jadi pesan dakwah yang disampaikan akan menimbulkan efek terhadap *mad'u*, baik efek yang pro maupun kontra. *Mad'u* yang berhasil memahami pesan dakwah yang

²³ Hadi Suprpto Arifin, Ikhsan Fuady, and Engkus Kuswarno, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang," *Media Neliti* 21 (2017).

disampaikan oleh da'i, menandakan bahwa da'i tersebut berhasil melakukan komunikasi persuasif yang efektif.²⁴

Kegiatan dakwah dapat dikatakan berhasil bila mana *mad'u* memberikan efek atau umpan balik atas apa yang telah disampaikan oleh seorang da'i, meskipun hanya sebatas merenungi pesan yang telah disampaikan tersebut, hingga mengimplementasikan nilai-nilai ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.

Gambar 8 Tangkapan Layar dari *Instagram Story* Lain Akun @wajdi_azim

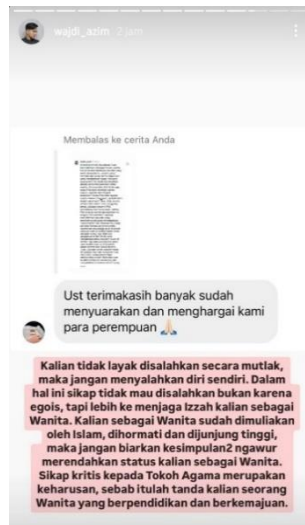


Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

Gambar di atas menunjukkan bahwa melalui komunikasi dakwah yang dibawakan oleh ustadz Wajdi Azim, membuat para *mad'u* yang pro terhadap dakwah beliau menjadi lebih *open minded* terhadap fenomena-fenomena kemunkaran yang ada di kehidupan sosial kita, dan bahkan ada juga yang berterimakasih kepada beliau karena sudah menyuarakan kebenaran melalui kritik dan saran yang disampaikan dalam media sosial.

²⁴ Muhammad Ridwan, "Dakwah Persuasif Nabi Musa Dalam Perspektif Komunikasi Dakwah Kontemporer" 21, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.59109/addawah.v21i2>.

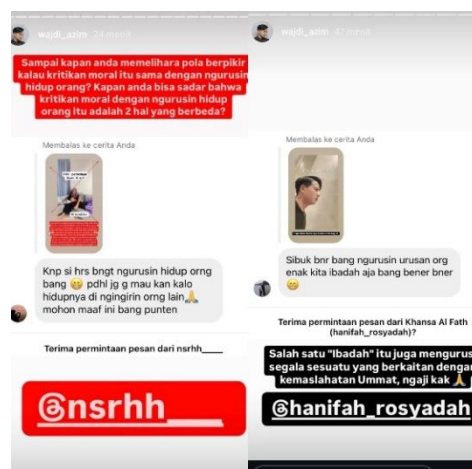
Gambar 9 Tangkapan Layar dari *Instagram Story* Lain Akun @wajdi_azim



Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

Berdakwah disektor nahi munkar bukanlah hal yang mudah, kebanyakan da'i berdakwah untuk mengajak pada berbuat kebaikan saja (amar ma'ruf) dengan menuturkan kalimat-kalimat dengan lembut, sehingga kita sebagai mad'u merasa bahwa dakwah yang baik memang harus dengan gaya komunikasi demikian. Namun ketika banyak kemunkaran yang terjadi tidak semua da'i mampu memberi teguran atau bahkan mencegah perbuatan munkar tersebut. Oleh karena itu, menjadi da'i yang bergerak di ranah nahi munkar, harus siap dan dapat menerima segala resiko serta tantangan yang akan dihadapi. Orang-orang yang kontra terhadap gaya komunikasi ustadz Wajdi Azim, menganggap bahwa ia adalah orang julid yang hanya sibuk mengurus hidup orang lain.

Gambar 10 Tangkapan Layar dari *Instagram Story* Lain Akun @wajdi_azim

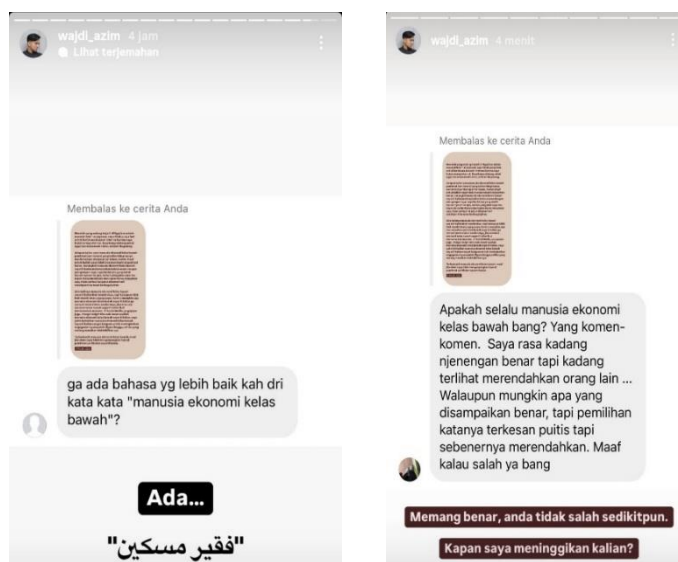


Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

Selain dianggap julid atau terlalu ikut campur urusan orang lain, *mad'u* yang kontra dengan gaya komunikasi dakwah ustadz Wajdi Azim merasa bahwa kata-kata yang beliau gunakan terlalu kasar dan tidak pantas, mereka merasa tidak nyaman dengan dakwah yang dibawakan oleh ustadz Wajdi Azim, sehingga ketidaknyamanan tersebut membuat mereka sulit memahami esensi pesan dakwah yang sebenarnya. Meskipun kerap kali banyak yang salah paham dengan dakwah yang dilakukan ustadz Wajdi Azim, beliau tetap menanggapi hal tersebut dengan narasi-narasi khasnya, dan tentunya sangat rasional.

Bagi Wajdi Azim, dakwah yang beliau lakukan adalah demi kemaslahatan ummat dan memperbaiki perilaku orang-orang yang tidak sesuai dengan syari'at islam, serta meluruskan pola pikir orang-orang yang menganggap bahwa yang beliau lakukan adalah mencampuri urusan orang lain Padahal beliau sedang memberikan sebuah kritikan moral yang memang tujuannya untuk membenahi dan mengedukasi para *mad'u*, karena dakwah yang dilakukan sangat erat kaitannya dengan kemajuan dan kemunduran umat Islam. Maka, dengan jalan dakwah nahi munkar inilah yang menjadi upaya mempertahankan eksistensi agama islam. Mengingat sektor dakwah yang menentang keburukan (nahi munkar) jarang ada yang melakukan²⁵.

Gambar 11 Tangkapan Layar dari Instagram Story Lain Akun @wajdi_azim



Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

²⁵ Marya Ulfa, Lilis Muclisoh, and Luluk Fikri Zuhriyah, "Retorika Dakwah Wajdi Azim Di Media Sosial Instagram" 17, no. 1 (2025).

3. Pro dan Kontra Ulama

Dalam Al-Qur'an terdapat petunjuk atau pedoman dalam etika berkomunikasi, khususnya dalam menyampaikan pesan dakwah. Diantaranya yakni dalam Q.S Thaha: 43-44 (*qaulan layyina*), Q.S Al-Isra: 23(*qaulan karima*), Q.S An-Nisa: 5 (*qaulan ma'rufa*) dan lain sebagainya²⁶. Namun di era kontemporer ini sebaiknya kita tidak hanya memaknai ayat Al-Qur'an secara tekstual saja, melainkan juga harus memperhatikan lingkungan dan kondisi pada saat ini. Terkait dengan gaya komunikasi dakwah nahi munkar yang digunakan oleh ustadz Wajdi Azim yang sesuai dengan etika komunikasi dalam Al-Qur'an yaitu *qaulan sadidan* yang termaktub sebanyak dua kali dalam Al-Qur'an. *Qaulan sadidan* memiliki makna pembicaraan yang benar, jujur, lurus, dan tidak berbelit-belit.

Wahbah al-Zuhaili (1991) mengartikan *qaulan sadidan* pada surah alAhzab ayat 70 merupakan perintah Allah terhadap dua hal: Pertama, perintah untuk melaksanakan ketaatan dan ketaqwaan dan menjauhi larangan-Nya. Kedua, perintah untuk berbicara dengan perkataan yang sopan tidak kurang ajar, perkataan yang benar bukan yang batil²⁷. Dalam era digital 5.0, kemajuan teknologi telah membawa dampak perubahan yang cukup signifikan pada cara manusia berkomunikasi. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi aspek kehidupan sehari-hari, tetapi juga merambah ke ranah agama dan spiritualitas²⁸. Dari sinilah timbul kontroversi (pro dan kontra) bahkan antar ulama, dalam memahami dan memaknai komunikasi dakwah nahi munkar ustadz Wajdi Azim. Dalam konteks ini yang dimaksud ulama oleh peneliti adalah orang yang dalam pengetahuan atau keilmuannya tentang agama²⁹.

Salah satu ulama yang pro dengan gaya komunikasi dakwah nahi munkar ustadz Wajdi Azim adalah ning Nur Millah Muthohharoh, seorang hafidzah, sekaligus pengasuh asrama Darul Qur'an di pondok pesantren Bidayatul Hidayah Mojokerto.³⁰ Ning Millah menunjukkan sikap pro terhadap dakwah ustadz Wajdi

²⁶ Ilaihi and Kamsyah, *Komunikasi dakwah*.(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)

²⁷ nur Marwah, "Etika Komunikasi Islam," 2021 hal 187.

²⁸ Yulia Rahmawati et al., "Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur," *Concept: Journal of Social Humanities and Education* 3, no. 1 (March 5, 2024): 266-79, <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>.

²⁹ Abdul Kadir Abu, "Ulama dan Peranannya di Indonesia," *Madzahib jurnal fiqih dan ushul fiqih* 5 No. 1, no. 1 (November 2022): 1-9.

³⁰ risma savhira, "Profil Ning Nur Millah Muthohharoh," accessed April 30, 2025, <https://jatim.nu.or.id/tokoh>.

Azim melalui *Direct Massage* instagram dengan ustadz Wajdi Azim yang kemudian diunggah dalam instagram story akun @wajdi_azim. Dalam DM tersebut beliau mengatakan “ah klo kita mah langsung kliikk bgt sama bang wajdi, suka karna sat set das des.. ga banyak basa basi, ramah jugaaaa.. pengetahuan luas, klo ngobrol asik. baik hati, suka sama anak kecil, penyayang, tidak sombong, rajin ibadah, suka menabung, dan masih banyak lg” yang kemudian ditanggapi oleh ustadz Wajdi Azim dengan meng-tag akun instagram ning millah dan mengatakan “ jangan lupa kasih bintang 5 ning “.

Gambar 12 Tangkapan Layar dari *Instagram Story* Lain Akun @wajdi_azim

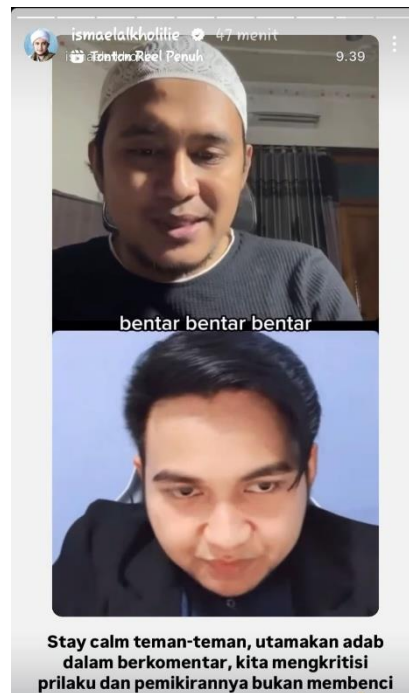


Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

Namun di sisi lain juga terdapat ulama yang kontra dengan dakwah ustadz Wajdi Azim, beliau adalah lora Muhammad Ismail Al-Khalilie yang kerap disapa dengan sebutan lora Ismail Al-Khalilie, seorang ulama kharismatik berasal dari Madura, lulusan Darul Musthafa Tarim, salah satu keturunan kyai Khalil Bangkalan.³¹ Lora ismail sempat berdiskusi secara langsung melalui media online dengan ustadz Wajdi Azim untuk membahas problem gaya komunikasi ustadz wajdi. Dalam diskusi tersebut, lora ismail menyampaikan kritik terhadap gaya komunikasi yang digunakan oleh ustadz Wajdi Azim.

³¹ “Profil Lora Ismail Alkhalilie,” accessed April 30, 2025, <https://cariustadz.id/>.

Gambar 12 Tangkapan Layar Tanggapan Da'i Lain

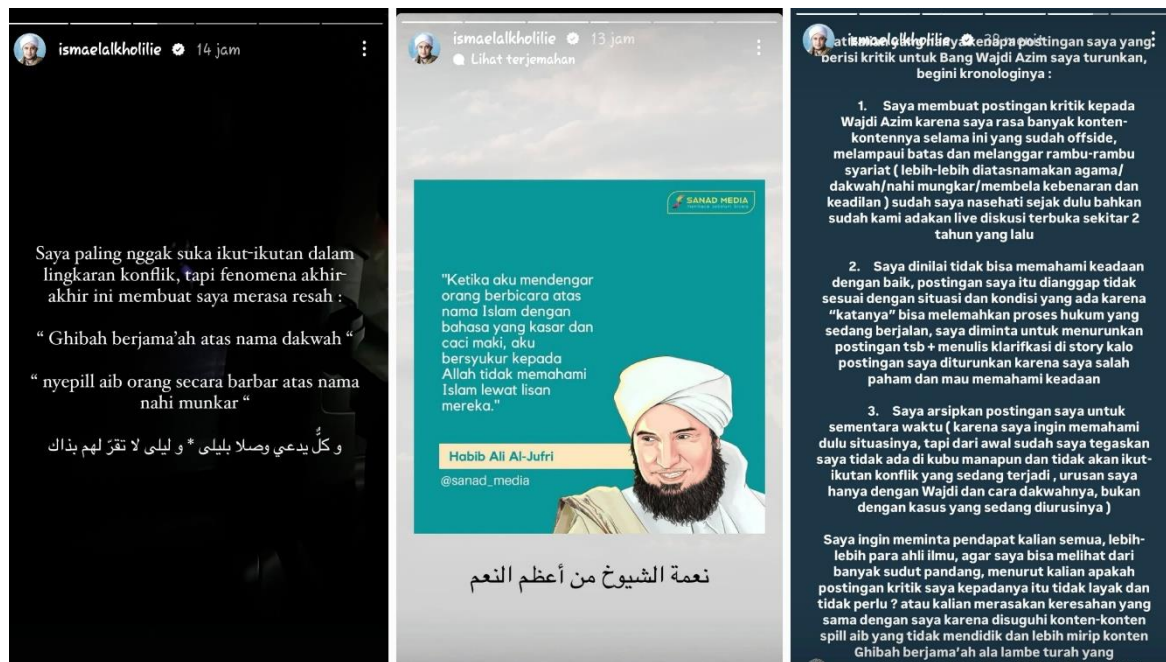


Sumber: instagram story akun @ismaelalkholilie

Tidak hanya itu, di instagram story akun @ismaelalkholilie, beliau juga menyampaikan alasan-alasan yang disertai dengan landasan mengapa beliau kontra dengan gaya komunikasi dakwah ustadz Wajdi Azim. Kritikan lora Ismail terhadap dakwah yang dilakukan oleh ustadz Wajdi Azim sempat menjadi kontroversi. Lora ismail beranggapan bahwa konten-konten yang dibuat ustadz Wajdi Azim sudah offside, melampaui batas dan melanggar rambu-rambu syari'at. Beliau menyebut dakwah ustadz Wajdi Azim sebagai *ghibah* berjama'ah atas nama dakwah, mengumbar aib orang atas nama nahi munkar.

Dalam instastory instagramnya juga, Lora Ismael menyampaikan klarifikasi terkait mengapa beliau mengkritik ustadz Wajdi Azim, yang mana saat Lora Ismael melakukan kritik terhadap gaya komunikasi ustadz Wajdi, di sisi lain ustadz Wajdi sedang menyuarakan permasalahan tentang fitnah, pencemaran nama baik, hingga gangguan mental terhadap orang yang sedang Ustadz Wajdi angkat kasusnya. Hal tersebut tentu akan semakin memperkeruh keadaan para *mad'u* (pengguna instagram) khususnya yang awam.

Gambar 14 Tangkapan Layar Tanggapan Da'i Lain



Sumber: instagram story akun @ismaelalkholilie

Untuk menanggapi kritikan tersebut, Wajdi Azim berargumen bahwa Lora Ismal kurang bertabayyun terlebih dahulu. Wajdi menganggap Lora Ismail sebagai tokoh pun berat hati untuk tabayyun dan ringan lisan ketika berkomentar. Sehingga beliau hilang hormat kepada Lora Ismail sebagai salah satu tokoh ulama, karena beliau menganggap tindakan Lora Ismail sudah menyebabkan kerugian terhadap orang lain juga.

Gambar 15 Tangkapan Layar Tanggapan Balik Wajdi Azim



Sumber: instagram story akun @wajdi_azim

D. Kesimpulan

Dakwah nahi munkar yang dilakukan oleh Wajdi Azim menjadi *personal branding* dan ciri khas yang unik. Berdasarkan analisis teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Carl Jung (1992), penelitian ini berhasil menemukan gaya komunikasi yang digunakan Wajdi Azim dalam menyampaikan pesan dakwah yakni cenderung menggunakan gaya pengendali dan gaya analisis dalam berkomunikasi. Gaya komunikasi yang digunakan tersebut kerap menuai pro dan kontra baik di kalangan *mad'u* (*followers* atau pengguna instagram) maupun kalangan ulama. Setiap *mad'u* yang pro atau kontra terhadap gaya komunikasi dakwah Wajdi Azim, mereka memiliki alasan dan pertimbangan masing-masing. Temuan pada penelitian ini mengungkap gaya komunikasi, sebagai tambahan informasi dan pengetahuan, bukan pada tindakan benar tidaknya perilaku ustadz secara syariat.

E. Daftar Pustaka

- Abu, Abdul Kadir. "Ulama dan Peranannya di Indonesia." *Madzahib jurnal fiqih dan ushul fiqih* 5 No. 1, no. 1 (November 2022): 1-9.
- Adi, La. "Konsep Dakwah Dalam Islam," no. 3 (2022).
- Amal, Khairul. "Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A. Fillah." *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyah* (JASIKA) 1, no. 2 (September 30, 2021). <https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.9>.
- Arifin, Hadi Suprpto, Ikhsan Fuady, and Engkus Kuswarno. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang." *Media Neliti* 21 (2017).
- Azhar, Azhar. "Komunikasi Antarpribadi: Suatu Kajian dalam Perspektif Komunikasi Islam." *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan* 8, no. 1 (April 22, 2018). <https://doi.org/10.32505/hikmah.v8i1.400>.
- Aziz, H. Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Bakry, Umar Suryadi. "Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional." *Jurnal Global & Strategis* 11, no. 1 (September 28, 2017): 15. <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>.
- Ilaihi, Wahyu, and Andriyani Kamsyah. *Komunikasi dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

- Iskandar, Azizs, and Mulkan Habibi. "Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar Di Media Sosial (Studi Akun Instagram @Husein_Hadar)," *Jurnal Kemuhammadiyah dan Integrasi Ilmu*. 2023.
- Liliweri, alo. *Komunikasi antarpersonal*. Ed. 1. Jakarta: Kencana, 2015.
- Maghfira Septi Arindita, Meila Asfi Raykhani, Naufal Ra'uf, Rulyn Ardianoor, and Yayat Suharyat. "Prinsip Dasar Ilmu Komunikasi Islam." *Religion : Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 1, no. 5 (September 26, 2022): 12-25. <https://doi.org/10.55606/religion.v1i5.17>.
- Marwah, Nur. "Etika Komunikasi Islam," 2021.
- Marzuki. (2021) "Analisis Gaya Komunikai Dakwah Ustadz Abdul Somad," Skripsi, Fakultas Ilmu Komunika. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Muhamad, Muhamad. 2023. "Refleksi Penafsiran Ayat-Ayat Dakwah Thomas McElwain". *Ad-DA'WAH* 21 (1):12-25. <https://doi.org/10.59109/addawah.v21i1.37>.
- Pramesti, Monica Indriya. "Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah." *Hikmah* 17, no. 1 (June 30, 2023): 99-116. <https://doi.org/10.24952/hik.v17i1.6825>.
- "Profil Lora Ismail Alkhalilie." Accessed April 30, 2025. <https://cariustadz.id/>.
- Rasyid Ardiansyah, Muhammad. (2019) "Gaya Komunikasi Dakwah Mamah Dede Pada Program Mamah Dan Aa' Di Indosiar," Skripsi, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Ridwan, Muhammad. "Dakwah Persuasif Nabi Musa Dalam Perspektif Komunikasi Dakwah Kontemporer" 21, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.59109/addawah.v21i2>.
- Ruwaida, Wirda. (2023) "Strategi Dakwah Nahi Mungkar Wajdi Azim Dalam Mengelola Akun Instagram @wajdi_azim.," Skripsi, Fakultass Agama Islam. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- savhira, risma. "Profil Ning Nur Millah Muthohharoh." Accessed April 30, 2025. <https://jatim.nu.or.id/tokoh>.
- Siregar, Mawardi, Muhammad Mukhlis, and Nuriah Nuriah. "Gaya Komunikasi Islami Pimpinan Dalam Menarik Minat Masyarakat Menyekolahkan Anak Ke Dayah Misbahur Rasyad Aceh Tamiang." *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam* 13, no. 2 (April 29, 2022). <https://doi.org/10.30739/darussalam.v13i2.1439>.

- Syihabudin, Bubuh, and Ajeng Nurbaeti Rahman. "Strategi Dakwah Digital: Meningkatkan Misi Dakwah dan Amar Ma'ruf Nahi Munkar Melalui Media Sosial" 1 (2023).
- Ulfa, Marya, Lilis Muclisoh, and Luluk Fikri Zuhriyah. "Retorika Dakwah Wajdi Azim Di Media Sosial Instagram" 17, no. 1 (2025).
- Winata, Muhd Al Haddad. (2020) "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Instagram (Igtv)," Skripsi, Fakultas Agama Islam. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Yulia Rahmawati, Farida Hariyati, Ahmad Zakki Abdullah, and Mia Nurmiarani. "Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur." *Concept: Journal of Social Humanities and Education* 3, no. 1 (March 5, 2024): 266-79. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>.
- Zed, Mestika. *Metode penelitian kepustakaan*. Ed. 2. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008.